

TUGAS AKHIR

REDESAIN IDENTITAS MEREK OBALIHARA

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh :

Bagus Ardian Syahlani


NIM 42320010134

Dosen Pembimbing :

Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

2024

	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	----------

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Ardian Syahlani
Nomor Induk Mahasiswa : 42320010134
Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 28 Juli 2024

Yang memberikan pernyataan,



METERAI
TANPA
ESALX34629793

Bagus Ardian Syahlani

HALAMAN PENGESAHAN

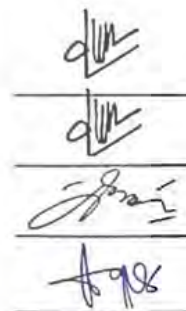
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Bagus Ardian Syahlani
NIM : 42320010134
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Brand Identity Obalihara

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0305128006
Ketua Penguji : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0305128006
Penguji 1 : Udhi Marsudi, S.Sn, M.Sn.
NIDN : 0306106506
Penguji 2 : Indah Fitriana Hapsari, S.Ds, M.Ikom
NIDN : 0308068602



Jakarta, 7 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

REDESIGN IDENTITAS BRAND OBALIHARA

Bagus Ardian Syahlani – 42320010134

ABSTRACT

Conservation of the Indonesian people's management area is one of Indonesia's assets which has local wisdom in the field of coffee and spices that needs to be cultivated and preserved. One way to communicate Obalihara brand image is by creating a branding identity that matches Obalihara positioning.

The research method used by the author is a qualitative method with an interview, observation and literature study approach.

The aim of this final assignment is to build the Obalihara brand image, namely by redesigning the old branding identity so that later the Obalihara branding identity will be conveyed to the public as a conservation product with local wisdom and the author will later create the main media in the form of a Graphic Standard Manual (GSM) aimed at strengthening Obalihara brand identity remains consistent for all promotional and visual communication needs.

Keywords: *Brand Identity, Conservation, Obalihara, Nusantara*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

REDESAIN IDENTITAS MEREK OBALIHARA

Bagus Ardian Syahlani – 42320010134

ABSTRAK

Konservasi wilayah Kelola rakyat Nusantara merupakan salah satu aset Indonesia yang mempunyai kearifan lokal di bidang kopi dan rempah-rempah yang perlu di budayakan dan dilestarikan. Salah satu cara untuk mengkomunikasikan dari citra *brand* Obalihara itu adalah dengan membentuk identitas *branding* yang sesuai dengan *positioning* Obalihara.

Metode penelitian yang di gunakan adalah olehpenulis adalah metode kualitatif dengan pendekatan wawancara, observasi, dan studi Pustaka.

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membangun citra *brand* Obalihara yaitu dengan *redesign* identitas *branding* yang lama sehingga nantinya identitas *branding* Obalihara akan tersampaikan kepada masyarakat sebagai produk konservasi dengan kearifan lokal serta penulis nantinya akan membuat media utama berupa *Graphic Standar Manual* (GSM) bertujuan agar memperkuat identitas *brand* Obalihara agar tetap konsisten segala kebutuhan promosi maupun komunikasi visual.

Keywords: Identitas Visual, Konservasi, Obalihara, Nusantara

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan karunia yang telah diberikan-Nya sehingga perancang dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “*Redesign Identitas Branding Obalihara*” tepat pada waktunya.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu pemenuhan kriteria untuk memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana. perancang menyadari bahwa dalam penyusunan tugas ini, perancang telah mendapatkan banyak sekali bantuan, inspirasi, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perancang ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, yaitu:

1. Ibu Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
2. Ibu Rinkapati Swatriani, S.Ds, M.Ikom selaku Koordinator Tugas Akhir.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Udhi Maesudhi, S.Sn, M.Sn dan Indah Fitriana Hapsari, S.Ds, M.Ikom Penguji Tugas Akhir
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Mercu Buana yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama perancang berada di bangku perkuliahan.
6. Teman-teman Fakultas Desain Komunikasi Visual angkatan 2020 Universitas Mercu Buana.
7. Mitra Obalihara yang telah membantu atas dukungan produk dan **Teni Prayogo Putri** selaku Manager Obalihara yang telah memberikan ilmu selama perancangan.
8. Kedua orang tua, saudari kandung, dan keponakan, serta Meutia Mega Maharani yang selalu membimbing, membantu dan menemani saya untuk mengerjakan tugas akhir ini.

Selain itu, perancang juga berterima kasih atas lingkungan kondusif yang disediakan oleh kampus Universitas Mercu Buana yang menjadi tempat penelitian dan pengumpulan data sehingga memberikan kontribusi yang berarti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Perancang berharap laporan akhir proyek ini dapat menjadi sumber berharga untuk memperkenalkan identitas *branding* dari sudut pandang modern, khususnya kepada generasi muda saat ini. Tujuan Perancang adalah untuk menghadirkan apresiasi dan relevansi baru terhadap kualitas produk Nusantara yang berkualitas dan dapat bersaing secara global.

Jakarta, 27 Juli 2024 Perancang,



Bagus Ardian Syahlan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan.....	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan.....	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan	3
BAB II. METODE PERANCANGAN	4
2.1 Orisinalitas	4
2.2 Target Perancangan.....	23
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	25
2.4 Skema Proses Desain.....	28
BAB III. ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN.....	34
3.1 Positioning & Konsep Desain.....	34
3.2 Strategi Pesan	36
3.3 Strategi Visual	37
3.4 Strategi Distribusi Karya Perancangan.....	40
BAB IV. HASIL KARYA DKV.....	42
4.1 Deskripsi Karya.....	42
4.2 Pameran Karya.....	46
4.3 Hasil Uji Desain.....	47
4.4 Evaluasi Perancangan Karya	51
BAB V. KESIMPULAN & SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Karya Sejenis 1.....	6
Tabel 2.2. Karya Sejenis 2.....	28
Tabel 2.3. Karya Sejenis 3.....	31
Tabel 2.4. Karya Sejenis 4.....	35
Tabel 2.5. Karya Sejenis 5.....	39
Tabel 2.6. Target Perancangan Obalihara.....	39
Tabel 3.1. <i>Frame Of Frerence (FOF)</i>	51
Tabel 3.2. <i>Points Of Parity (POP) & Points Of Difference (POD)</i>	51
Tabel 3.7. Strategi Metode AISAS.....	57
Tabel 4.1. Umpan Balik Pengunjung Pameran.....	64



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Diaspora Co</i>	5
Gambar 2.2 Sosial Media <i>Diaspora Co</i>	6
Gambar 2.3 <i>Packaging Diaspora Co</i>	8
Gambar 2.4 Logo <i>Javara</i>	9
Gambar 2.5 Sosial Media <i>Javara</i>	11
Gambar 2.6 <i>Packaging Javara</i>	11
Gambar 2.7 Logo <i>Aming Coffee</i>	12
Gambar 2.8 Sosial Media <i>Aming Coffee</i>	15
Gambar 2.9 <i>Packaging Aming Coffe</i>	15
Gambar 2.10 Logo <i>Beana</i>	16
Gambar 2.11 Sosial Media <i>Beana</i>	18
Gambar 2.12 <i>Packaging Beana</i>	19
Gambar 2.13 Logo <i>Jays</i>	19
Gambar 2.14 Sosial Media <i>Jays Kitchen</i>	22
Gambar 2.15 <i>Packaging Jays Kitchen</i>	22
Gambar 2.16 Skema Proses Desain	28
Gambar 2.17 <i>Mind Mapping</i>	30
Gambar 2.18 <i>Thumbnail Sketches Logo Obalihara</i>	30
Gambar 2.19 <i>Rought Sketches Logo Obalihara</i>	30
Gambar 2.20 <i>Packaging Dan Sticker Obalihara</i>	31
Gambar 2.22 Pelaksanaan Pameran Tugas Akhir Di TIM	33
Gambar 3.1 Logogram dan logotype.....	37
Gambar 3.2 Warna Pendukung Obalihara.....	38
Gambar 4.1 Hasil Karya Graphic Standar Manual (GSM).....	42
Gambar 4.2 Penyajian Pesan Buku GSM.....	43
Gambar 4.3 Penyajian Visual Buku GSM.....	43
Gambar 4.4 Penyajian Visual Media Pendukung.....	44
Gambar 4.5 Pameran Karya.....	46
Gambar 4.6 Diagram Data Audiens.....	49
Gambar 4.7 Diagram Data Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.8 Diagram Kuesioner Obalihara.....	50
Gambar 4.9 Diagram Kuesioner Identitas Visual Obalihara	50
Gambar 4.10 Diagram Kuesioner Logo Obalihara	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Asistensi.....	54
Lampiran 2 ACC Pameran & Sidang Tugas Akhirl	55
Lampiran 3 Cek Plagiasi.....	56
Lampiran 4 Bukti Kerja Sama dengan Mitra.....	57
Lampiran 5 Lembar Perbaikan	58
Lampiran 6 Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir	60
Lampiran 7 Proses Pengerjaan GSM	61
Lampiran 8 Foto Dokumentasi Pameran.....	62
Lampiran 10 Foto Dengan Dosen Saat Pameran	63
Lampiran 11 Foto Dokumentasi Kegiatan Uji Desain	64



UNIVERSITAS
MERCU BUANA